

# LatinSpots



## REPENSARSE. EL DESAFÍO ARGENTINO.

94

ESPECIAL ARGENTINA: LA VISIÓN DE LOS PRINCIPALES REFERENTES / MERCADO: MOVILIZAR A LA GENTE / VECINO Y ÁLVAREZ TRAVIESO: PARADOS EN OTRO LUGAR / ITZKOFF Y SERKIN: EL CONSUMIDOR ES EL MEDIO / TBWA: ARGENTINA: LA GRAN APUESTA DE LA RED / LEO BURNETT ARGENTINA: UNA AGENCIA QUE FUNCIONA / HAMISH MCLENANN: FAN DE LAS AGENCIAS GRANDES / FIGHT BY FLEHNER: LUCHADORES TODO TERRENO / SUDÁFRICA: LAS MARCAS Y EL MUNDIAL (2DA PARTE) / BICENTENARIO: PARA PARAR Y PENSAR / CÍRCULO DE ORO: OGLIVY, LEO BURNETT Y JWT, LAS MÁS PREMIADAS / EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2010: ANTICIPO



**Campaña/Campaign Teletransporte.** A. Cervoni y Mariana Quires. P. Caruso Andri. Ag. Del Campo Néstor Saatchi & Saatchi. Dgo. Maximiliano Melano Serkin. Dc. Javier Carracchino. Pa. Prens Buroos Arca. D. Noé y Martín. Pp. Cinecolor M. Superchirango.



**La cuenta/The ticket.** A. Cadbury Steve Adams Argentina. P. Chocolates Cadbury. Ag. Del Campo Néstor Saatchi & Saatchi. Dgo. Maximiliano Melano Serkin. Dc. Diego Medvedovsky. Pa. Prens Buroos Arca. D. Noé y Martín. Pp. Cinecolor M. Superchirango.



**Ambulancia/Ambulance.** Anéxica emblemática legada del Mundial. Hará una colección de Tato Pereda y Franco Gabriel produciendo spot que también la pasión Argentina por el fútbol. The sports music by Renato (direction of Tato Pereda and Franco Gabriel) transmit the Argentinean passion for the Football World Cup.



**Mundo/World.** A. Axel. P. Instruccional. Ag. Ogilvy & Mather. Dgo. Joni Montiel. Dc. Abraham Garibay. Pa. Hermanos Munzi. D. Javier Blasco.

## Producción en Argentina

# Nuevos estímulos

La industria de la producción audiovisual argentina busca volver al lugar que ocupó en el mundo en los últimos años. Tomando la crisis pasada como un empujón de fuerza y como una oportunidad de replantearse el camino a seguir, este 2010 se presenta lleno de desafíos para las empresas nacionales. A continuación, el análisis de un mercado que hoy se debate entre aspiraciones, retos y objetivos.

**S**i bien el 2009 se presentó difícil en un primer momento, en especial por la sombra de una crisis que parecía alcanzarlo todo, la caída no tuvo la fuerza o los efectos negativos que se esperaban. De hecho, la industria publicitaria argentina pasó el mal trago y siguió adelante, en especial el mercado de la producción audiovisual, que a pesar de haber sido uno de los sectores más afectados, enfrentó la crisis con sus mejores armas y salió fortalecido.

Luego de su excelente posición en los primeros años de la última década, la industria audiovisual argentina perdió terreno en realizaciones para el mundo, frente a países como Chile, Uruguay o Sudáfrica, que se intensificó en 2009 con la crisis y que hasta llevó a algunas productoras a cerrar. Hoy, en una escena publicitaria en constante movimiento y que busca replantearse ciertos estilos y estructuras que se mantienen vigentes desde hace mucho tiempo, las productoras nacionales se suman a la ola para intentar recuperar el espacio cedido.

En el segundo trimestre de 2010, ya se ha notado cierta activación en el mercado (incluyendo la apertura de algunas compañías), que a pesar de haber sentido un importante recorte en los presupuestos durante 2009, nunca ha dejado de trabajar. Argentina hoy posee: locaciones, estilo, reconocimiento internacional y por sobre todo, una técnica impecable. Todas las fuerzas apuntan entonces, a volver a ocupar el lugar deseado. Por otra parte, no sólo los servicios de producción se ponen a tono para la pelea, sino que el mercado local también se sigue fortaleciendo y

procura hacerlo cada vez más, en especial cuando se termine de aplicar la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada por el Parlamento Nacional hace algunos meses, y que si dudas, beneficiará la realización de producciones 100% argentinas. Otro ejemplo de impulso al sector es la gestión de Liliana Mazure, directora del INCAA, con un fuerte apoyo a la industria.

El objetivo está marcado y las herramientas al alcance de la mano: tecnología, talento y experiencia; hacen de la industria audiovisual local un centro de gran atractivo para todos los sectores y geografías alrededor del mundo. Presentaciones en el festival de Cine de Cannes como la de Armando Bo (socio y director de Revolución), quien fue uno de los guionistas de *Butifal*, de Alejandro González Iñárritu; el Oscar que se llevó *El secreto de sus ojos*, de Juan José Campanella (Conferencista de *El Ojo de Iberoamérica 2007*) a la Mejor Película Extranjera o las posiciones que ocupan las productoras argentinas en los rankings mundiales como el *LS Ranking* o el *Gunn Report*, son una muestra clara de que la esencia está y que con una nueva inyección de fuerza y positivismo la meta final estará muy cerca. A continuación, la opinión de algunos de los referentes del mercado, quienes dan su visión acerca de la actualidad del mercado y hablan del presente de sus empresas. Aperturas, nuevas caras, nuevas estructuras y puesta a punto en tecnología, en las siguientes líneas. **ES**

que los proyectos fluyan. Por otro lado, también hemos cerrado un acuerdo de representación de directores con Altavista de Estados Unidos y con Terciopelo Films en México y hemos dado la representación de nuestros realizadores a Trulá films de Chile.

En este sentido, es una realidad que los costos en la Argentina están menos competitivos que otros años, pero sigue siendo una buena opción para venir a filmar. Si comparamos con la región, podemos decir que estamos más baratos que Brasil y que Chile, que son los países con los que más competimos. Las ventajas de filmar en la Argentina tienen que ver con la variedad de locaciones; de casting, por supuesto, la calidad de técnicos con la que contamos.



#### Hermanos Mundo

Hermanos Mundo es la productora de *films* publicitarios liderada por Javier Blanco. Acá, las palabras del director y fundador de empresa, quien cuenta el lugar que tiene Hermanos Mundo en su vida y esboza un panorama actual de la industria argentina.

#### Sin respiro

Para mí Hermanos Mundo representa la estructura con la cual puedo hacer realidad mis ideas y mis proyectos. En la productora concreto trabajos, que son mi pasión y mi negocio. Hermanos Mundo es mi garantía de que el proceso no destruye mis ideas.

Por otra parte, en este momento existe una enorme cantidad de emprendimientos y creo que esto está directamente vinculado al nivel de actividad, ya que en momentos de apogeo los mercados son mucho más exigentes, y la actividad tiende a concentrarse. No obstante, lo que es evidente para mí, y creo que para los directores en general, es la falta de productores talentosos que puedan estructurar y desarrollar la actividad. Esta situación en un nivel más amplio hace que nuestra actividad continúe sin entidades que la puedan repre-

sentar inteligentemente.

He trabajado con muchos productores, pero para mí el productor ejecutivo ideal es María Solá. Es mi productora, la única persona que conozco que trabaja en cualquier país del mundo sin inconvenientes, incluyendo en la lista India y China. Creo que ser creativo es un buen lugar desde donde convertirse en director.

En el 2009 filmé muchísimo y viajé bastante, este año también. Hermanos Mundo no me da un minuto de respiro.